Agriculture and Agri-Food Canada Agriculture et Agroalimentaire Canada

Canada

Agri-Food Export Business Guide
Agriculture and Agri-Food Canada

March 2001

MEXICO
(Estados Unidos Mexicanos)

Table of Contents

1. Demand for Food Products and the Import Market

Consumption of Food Products
Characteristics of Import Market
Sociodemographic Characteristics

2. Regulations, Customs and Documentation

Market Access
Tariffs
Going Through Customs
Documentation
Labelling and Packaging
Information and Verification
Overview of Regulations

3. Distributing Your Product in Mexico

Import Agents and Distributors
Profiles of Import Agents and Distributors and How to Contact Them
Mexican Distribution Channels
Restaurants

Market Studies on Specific Products

Bibliography - Documents Available Electronically

Bibliography - Documents Available Only in Print

Over the last five years, Mexico has benefited substantially from the North American Free Trade Agreement (NAFTA) and from the greater economic integration it has produced. From 1994 to 1999, trade with Canada and the United States almost doubled. Mexican exports to Canada and the United States rose from 18% of GDP before the signing of NAFTA to 30% in 1997. Thanks to this closer integration, Mexico has escaped the kind of financial crises that have shaken Russia and Brazil. The free trade agreement Mexico has reached with the European Union, in force since July 2000, is indicative of the country's desire to diversify its foreign trade.

Mexico is making a determined effort to follow a prudent economic policy in order to avoid the kind of crisis it suffered in 1994, and it is pursuing steps to privatize and deregulate. A few encouraging signs of success can be seen in the fact that, in 1999, Mexico received an improved credit rating from Moody's and from Standard & Poors, and its GDP grew at a rate of 3.7%. According to the U.S. Department of State, however, one of the continuing weaknesses of the Mexican economy is the country's banking system. In addition, despite the progress made since the economic crisis, real wages remain 25% below their 1994 levels. Significant disparities in standard of living also exist, as the states in the south of the country have largely missed out on the growth that has benefited the northern states.

1 Demand for Food Products and the Import Market

1.1 Consumption of Food Products

The per capita disappearance data published by *Euromonitor* for more than one hundred products show that Mexicans eat less meat than most Latin Americans. While Mexicans eat almost equal amounts of beef, pork and poultry (between 11 and 18 kg), there is trend toward eating more pork and poultry but increasingly less fish. They also eat relatively little cheese, but consume large quantities of breakfast cereals and ready-to-eat cereals. Consumption of frozen and canned products is high but stable. Highly valued products include ready meals, pizzas and frozen vegetables, as well as canned vegetables, beans and pasta.

Consumer preferences are determined to a large extent by income level. Food accounts for 29% of total consumer spending. The drop in purchasing power and the high rate of inflation (approximately 16% in 1998–99) are a drag on demand for consumer goods and have made Mexicans more sensitive to prices than before the 1994 economic crisis. Companies must adjust their pricing strategy to this new reality. Price has become the overriding purchasing criterion, followed by promotion. As a result, Mexican manufacturers are putting more effort into point-of-sale marketing in order to raise the in-store visibility of their products. Brand loyalty is generally weak but depends on product type; it is high, for instance, for soft drinks, bread, beer and canned goods.

1.2 Characteristics of Import Market

Mexico chiefly imports relatively unprocessed agricultural and food products: grains and oilseeds (soy and corn), beef and pork (increasingly), poultry meat and offal (less and less). Powdered milk, cheese, oils and various meat, cereal or other food preparations account for a large share of the processed products that Mexico imports. The United States is Mexico's main agri-food supplier. Only 2% of Canadian agri-food exports (chiefly rapeseed and wheat) go to Mexico.

Mexicans are very open to imported goods and foreign brands. But they are no longer willing to pay significantly more for imports. Products made in the U.S.A. still enjoy a good reputation. European-style products are well regarded by high-income earners.

For market studies on specific products, please see the bibliography.

1.3 Sociodemographic Characteristics

Approximately 75% of Mexico's 100 million citizens live in urban areas or towns with over 2,500 inhabitants. The largest cities are Mexico City (15 million), Guadalajara (1.6 million), Monterrey (1 million) and Puebla (1 million).

Income distribution is unequal, with 20% of wage-earners receiving 55% of the wages paid and with 27% of the population living below the poverty line. Geographic variations are also significant: the average wage in Mexico City

was 2.3 times higher than that in the state of Chiapas in 1998. GDP per inhabitant was US$9,047 in 1999, and the country ranked 55th on the human development index (after Argentina and Chile, but ahead of Brazil). Geographic disparities also have an impact on the possession of durable goods. The average Mexican household consists of 4.6 people, 78% of homes have a refrigerator, 19% a freezer, 89% a colour television and 48% telephone service.

2 Regulations, Customs and Documentation

2.1 Market Access

NAFTA, which has been in force for seven years now, continues to have a positive effect on promoting trade among the three signatory countries. Customs duties have been reduced significantly and will gradually be eliminated over a 15-year period. In addition to customs duties, some products, including certain agricultural and food products, are subject to tariff quotas.

Mexico is making major efforts to reach free trade agreements with other countries or groups of countries. It most recently signed agreements, as of December 2000, with the European Union and Israel (effective July 1, 2000). Furthermore, negotiations are currently underway with countries belonging to the European Free Trade Association and with many Latin American countries, including Mercosur members.

2.2 Tariffs

To find out the harmonized system code, the tariff that applies to your product and the products affected by tariff quotas, contact the Tariffs and Market Access Division of the Department of Foreign Affairs and International Trade, in Canada.

Department of Foreign Affairs and International Trade
Tariffs and Market Access Division
Contact: Gerald Snyder
125 Sussex Drive
Ottawa, Ontario K1A 0G2
Telephone: (613) 944-5070
E-mail: gerald.snyder@dfait-maeci.gc.ca

You can also obtain a revocable notice from the Mexican Customs Branch, and you are best to do so through a customs broker. To file an application, you should submit a description of the product, a sample, and photographs or drawings. It is also recommended that you enclose a copy of the Mexican label along with any brochures and other promotional material produced for export purposes.

Customs Branch *(Dirección General de Aduanas)*
Contact: Administrador general: José Guzman Montalgo
Avenida Hidalgo no. 77
Modulo 4, Piso 3
Col. Guerrero
Delegación Cuauh-temoc
06300 México, D.F. México
Telephone: (52-5) 228-3436, 3437, 3439
Fax: (52-5) 228-3353

2.3 Going Through Customs

You do not have to go through a customs broker, but it is strongly recommended. The Mexican authorities are very strict regarding the required export documents. Mistakes can result in fines or even in the confiscation of goods. Your broker is in the best position to provide you with up-to-date information about the applicable procedures and fees. The Canadian embassy and consulates in Mexico can provide you with a list of customs brokers' associations by region.

Customs duties are collected by Mexican customs offices such as those located at Laredo and elsewhere along the U.S.–Mexican border for truck and rail transportation. You should ask your broker about the authorized entry points for the products you wish to export. All customs duties must be paid by the Mexican importer or the customs broker at the time the goods cross the border. Under NAFTA, all taxes are applied on the FOB value, with the exception of the *Impuesto al Valor Agregado* (IVA), which is similar to the Canadian GST and is applied on the CIF value. The general IVA rate is 15% but there are some exceptions. As a member of the WTO, Mexico determines the customs value of goods by applying the provisions of the customs valuation rules. Importers can be required to provide a cash deposit or security bond in case of a disagreement about the value. It is important to follow the importer's instructions.

Secretariat of Finance and Public Credit *(Secretaría de Hacienda y Crédito Público)*
Secretario de Hacienda: Lcdo Francisco Hildias
Insurgentes Sur
795 Col. Napoles
03810 México, D.F.
Telephone: (52-5) 518-5420 to 29, 518-2060, 518-2711, 518-1060
Fax: (52-5) 687-4082
www.shcp.gob.mx

2.4 Documentation

Owing to deregulation, all importing requirements and regulations are being reviewed. It is therefore strongly recommended that you check the relevant information regularly. The importer will generally be aware of the procedures that apply to the importing of your product.

The documents required can vary with the method of shipment: boat, train, truck or mail. For statistical purposes, Canada requires exporters to complete an Export Declaration (Form B13A). It can be filled in and sent electronically to the Canada Customs and Revenue Agency - www.ccra-adrc.gc.ca/E/pbg/cf/b13abp/README.html. The basic documents required by the Mexican authorities are an import declaration, a commercial invoice, a bill of lading, a packing list, a certificate of origin, and health inspection and phytosanitary certificates. The importer may require a pro-forma invoice. The documents are prepared and submitted by the Mexican customs officer.

- Import declaration — *Pedimento de importación*

  Basic requirement of the Mexican authorities. Form filled out by the customs broker.

- Commercial invoice

  The exporter must sign by hand several copies of the commercial invoice. The invoice must give the address of the exporter and of the import agent, a description of the goods (in Spanish), the total and unit FOB value in Canadian dollars, the shipper's invoice number and the customer's order number. All costs must be indicated, including insurance and transhipment.

- Bill of lading

  Confirms that the goods have been delivered. The exporter must keep a copy, send one to the importer and one to the customs broker.

- Packing list

  The packing list must include a detailed list of the products in each group as well as their number, weight and volume. Several copies must be provided.

- Certificate of origin

  Required to qualify for preferential customs rates under NAFTA. Form and instructions available on the Web site of the Canada Customs and Revenue Agency.
  www.ccra-adrc.gc.ca/E/pbg/cf/b232ep/README.html

- Health inspection and phytosanitary certificates

The Mexican Secretariats of Health, Agriculture and Commerce are involved in health and phytosanitary measures, at various points in the process, when such measures apply. A number of agricultural products, foods and beverages are subject to these requirements. Exporters are responsible for ensuring that all requirements of the importing country are met. The Canadian Food Inspection Agency (CFIA) only monitors their fulfilment and provides certification accordingly. Some Canadian sanitary certificates are accepted by the Mexican authorities. One of the first contacts that a prospective Canadian exporter should make is with the export products officers of the CFIA. For an example of the health inspection requirements, consult Chapter 11 of the CFIA's *Meat Hygiene Manual of Procedures*, which sets out the requirements for meat products. Section 11.7.3 gives the specific requirements for Mexico.

CFIA Meat Hygiene Manual of Procedures
www.cfia-acia.agr.ca/english/anima/meavia/mmopmmhv/table11e.shtml

The CFIA does not keep a list of other countries' requirements pertaining to vegetable products, in particular, their phytosanitary or quality standards. It does, however, issue permits and phytosanitary certificates to exporters. It is important to check the applicable procedures in order to avoid delays.

Here is the contact information for three Mexican agencies responsible for enforcing the law.

Secretariat of Health, Goods and Services Health Control Division
(*Secretaría de Salud (SS), Dir. Gral. De Calidad Sanitaria de Bienes y Servicios*)
Contact: Dr José Meljem Moctezuma
Donceles No. 39 Planta Baja
Col. Centro Del. Cuauhtemoc
06010 México, D.F. México
Telephone: (52-5) 521-3050, 521-9134
Fax: (52-5) 512-9628
www.ssa.gob.mx/dirgcsbs/

Secretariat of Agriculture, Livestock, Rural Development, Fisheries and Food, Animal Health Branch
(Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), Dir. Gen. de Salud Animal)
Recreo No. 14, piso 11
Col. Actipan del Valle
03230, México, D.F.
Telephone: (52-5), 534-5111, 534-1580, 534-4966
Fax: (52-5) 534-8724, 534-1461
www.sagar.gob.mx/

Secretariat of Agriculture, Livestock, Rural Development, Fisheries and Food, Phytosanitary Inspection and Regulations Branch *(Dir. General de Sanidad General - Regulación e Inspección Fitosanitaria)*
Contact: Raoul Santibanez (secretario tecnico)
Guillermo Pérez Valenzuela 127
Col. Del Carmen Coyoacan
04100, México, D.F.
Telephone: (52-5) 554-8001, ext. 135; 554-5147 or 554-0341, ext. 117
Fax: (52-5) 658-0696
www.sagar.gob.mx/

2.5 Labelling and Packaging

The importer should be aware of the standards that apply to your product, although a large part of the responsibility falls on the exporter, since the standards apply as soon as the product crosses the Mexican border. However, the importer should be in a good position to inform you of any existing procedures that might differ. Although special provisions do exist allowing products to be exported without labelling, it is much simpler for Canadian exporters to label their products in compliance with Mexican law before the goods arrive at the border.

The labelling of products in Mexico is governed by a whole series of official standards, *Normas Oficiales Mexicanas (NOM)*. Food products are chiefly regulated by the following two standards: NOM-050-SCFI-1994 (general provisions respecting consumer products) and NOM-051-SCFI-1994 (prepackaged foods and non-alcoholic beverages). Other official standards may also affect your products, such as NOM-008-SCFI-1993, which specifies that a comma, not a period, must be used as the decimal separator. It is important to check all the standards that apply to your product.

2.5.1 Information and Verification

A product verification system allows you to determine whether your labels comply with Mexican standards before you export. *Unidades de verificación* (verification units) are independent organizations accredited by the *Secretaría de Economía* (SECOFI) to review labelling and issue compliance certificates. It is possible to export a product that does not have the required labels provided you have a verification contract with an accredited firm. The list of firms accredited by standard is available from the following agency:

Unidades de verificación – Dirección General de Normas
www.secofi.gob.mx/normas/Aprobacion/Unidades_de_verificacion/body_unidades_de_verificacion.html

Secretariat of the Economy, Standards Branch
(Secretaría de Economía (SECOFI), Dirección General de Normas)
Contact: Licenciada Lucia Zarate
Av. Puente de Tecamachalco No. 6
Col. Lomas de Tecamachalco
53950 Naucalpan, Estado de México
México
Telephone: (52-5) 729-9300/9486
Fax: (52-5) 729-9484
www.secofi.gob.mx/normas/home.html

The Mexican government has also set up a telephone service that provides information on product labelling: (52-5) 729-9300, ext. 4143, or (52-5) 729-9485.

2.5.2 Overview of Regulations

The labels of prepackaged foods must be applied to the product in such a way that they remain affixed to the product under normal conditions until it is used or consumed. For products sold in multi-unit packages, the required information must be given on the main packaging and must state "not labelled for individual sale". Each unit must bear an expiry date and lot number, however.

Language: The label must be in Spanish. Other languages are permitted on the label as well, but the information in Spanish must be at least the same size, use the same typeface and be as visible as that in any other languages.

Importer's name and address: The information may be added to the label in Mexico, after the product has cleared customs but before it is put on sale.

Manufacturer's name and address: The importer must provide SECOFI with this information, but it does not necessarily have to appear on the label.

Country of origin: The label must clearly indicate "*Hecho en Canada*" or "*Producto en Canada*".

Product name and ingredients: The label must comply with specific legal requirements concerning the definitions of products and the use of generic names.

Quantity: The net weight and drained weight must be indicated in metric units. NOM-030-SCFI sets out the specifications for stating quantities on labels.

Expiry date or "best-before" date: Mexican standards make a distinction between the expiry date, which is required, and the "best-before" or "best consumed by" date, which is optional. In both cases, there are specific requirements. The label must specify any special storage conditions for the food or non-alcoholic beverage on which the validity of the expiry date depends. If necessary, the label must provide instructions for preparation and use of the product.

Nutrition labelling: Optional. Required if the manufacturer makes a quantitative or qualitative claim about a nutritional property. NOM-051-SCFI sets out the specifications.

3 Distributing Your Product in Mexico

3.1 Import Agents and Distributors

It can prove very difficult and expensive to distribute products on the various Mexican markets. For this reason, it is recommended that Canadian exporters obtain the services of an import agent. This agent must be listed in the SECOFI National Register of Importers and Exporters, which means that the agent must be a Mexican citizen or represent a local corporation.

The agent will remain in regular contact with the government authorities (customs, required certificates) and buyers in order to avoid problems in the import process and maintain high-quality after-sales service. Canadian exporters to Mexico should be particularly careful when selecting an import agent. You should set strict requirements, meet with potential candidates on site, and provide training, while at the same time maintaining excellent relations. As travel within Mexico can be difficult, you may be better off to have an agent representing your product at a national level, but not give the agent national exclusivity, and instead hire regional distributors as well. Finally, it is very important to specify contract cancellation clauses clearly.

3.2 Profiles of Import Agents and Distributors and How to Contact Them

The profiles of some 30 qualified import agents from the Jalisco region and neighbouring states, along with the answers they gave during interviews conducted in 1996, are available. Here are a few examples of open-ended questions the agents were asked as part of the study:

- What import products are you looking for?
- What are your forecasts for imported foods for the next two or three years?
- What food products have the greatest chances of penetrating the Mexican market?

The *Dun & Bradstreet* directory of the biggest companies in Latin America is organized by country and industry code (SITC classification). Companies also active as importers are marked. The directory is very good for businesses looking for a manufacturer or importer or seeking a strategic alliance.

SECOFI (more precisely the SIEM section — *Sistema de Información Empresarial Mexicano*) has a Web directory of over 600,000 industrial, commercial and service businesses. Searches can be done by name or Mexican industry code (*Clasificación Mexicana de Actividades y Productos*). The procedure to follow is available on request or on the Web site: www.siem.gob.mx.

More information on Mexican agents is available from the Canadian embassy or the Chamber of Commerce, both in Mexico City (for example, you can obtain a directory of 950 importers categorized by product), and from the Association of Importers and Exporters of the Republic of Mexico. A list of Mexican customs brokers and Canadian freight carriers with agents or offices in Mexico is also available on request.

Chamber of Commerce in Mexico City *(Camara Nacional de Comercio)*
Contact: Roman Vidal, Director, Trade Section
Paseo de la Reforma No. 42
Col. Centro
06048 México, D.F. México
Telephone: (52-5) 592-0371
Fax: (52-5) 703-2958

Association of Importers and Exporters of the Republic of Mexico *(Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana (ANIERM))*
Av. Monterrey No. 130
Col. Roma

06700 México, D.F. México
Telephone: (52-5) 584-9522
Fax: (52-5) 584-5317
www.anierm.org.mx

3.3 Mexican Distribution Channels

The black market is still very much a fact of life in Mexico, and is even growing, according to the U.S. Department of Commerce. In the food sector, there are still many small food markets, public markets and street stalls, and many Mexicans buy their fresh fruit, vegetables and meat from them. But the biggest market opportunities are without a doubt the large retailers.

The market share of large retailers (supercentres, hypermarkets, supermarkets and warehouse clubs) is increasing (59% of food sales in 1997). The three main groups are involved in a number of types of stores in an effort to reach all categories of consumers. Like Wal-Mart and the big French chains, these stores offer a broad range of products (food, hygiene, clothing, etc.). In 1999, for the *Controladora Comercial Mexicana (CCM)* group, groceries and perishables accounted for 64% of sales, while they amounted to between 45% and 55% of sales of banners belonging to the *Wal-Mart de México/Cifra* group (*Sam's Club*, *Bodega Aurrera*, *Wal-Mart Supercenter* and *Aurrera*). The *Superama* banner is above average, with 75% of its sales in food.

The big stores are increasingly being supplied through centralized purchasing department, with warehouses that organize the logistics of distribution to retailers. Relations with importers are probably heading towards greater centralization, as is the case with Wal-Mart, which has its own import-export subsidiary for products most in demand. Competition with brands offered by importers will no doubt arise from the increasing desire to develop the private-label niche, which could represent 10% to 15% of sales over the medium term. Imported products are used in this category because of the lack of local suppliers and the image of better quality associated with imports.

Here is an overview of Mexican distribution as seen by the U.S. Department of Agriculture (USDA).

Company	Owner	Types of Stores	No. of Stores	Location	Sales (US$1998)	Buying Policy
Wal-Mart de México / Cifra	Wal-Mart: 51% Local: 49%	• Supercentres • Hypermarkets • Supermarkets • Warehouse-clubs • Cut-rate warehouses (bodegas)	206	All big cities	5.6 billion	Direct purchases
Grupo Gigante	Local	• Hypermarkets • Supermarkets • Cut-rate warehouses (bodegas)	188	All big cities	2.1 billion	Direct purchases and local distributors
Comercial Mexicana	Local	• Hypermarkets • Warehouse clubs • Cut-rate warehouses (bodegas)	165	All big cities	2.6 billion	Importers, wholesalers and direct purchases
Soriana	Local	• Supermarkets	87	Big northern cities and around Mexico City	1.8 billion	Direct purchases
Carrefour	French	• Supercentres	17	All big cities	N/A	Importers, wholesalers and direct purchases

Source: USDA, Foreign Agricultural Service (2000). *The Mexican Market for the Retail Food Sector* — GAIN Report MX0026.

For further information, contact:

National Retailers Association of Mexico (Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales)
Horacio 1855 piso 6
Col. Chapultepec Morales
C.P. 11570 México, D.F.
Telephone : (52-5) 580-1772
Fax: (52-5) 395-2610
www.antad.org.mx

3.4 Restaurants

The big distributors are also involved in the restaurant sector. In the case of the *CCM* group, the restaurant buyers team is separate from the supermarket central purchasing department.

Franchises represent approximately 6% of total retail, hotel and restaurant business. There are about 450 franchisers in Mexico (in all spheres) and 58% of them are Mexican. American restaurant franchises (*McDonald's*, *Burger King*, *Kentucky Fried Chicken*, *Domino's Pizza*, *Pizza Hut*, etc.) have a strong presence in almost all big cities in the country.

For further information on the HRI segment (hotels, restaurants and institutions), see USDA GAIN Report MX0189.

Market Studies on Specific Products

1. Available on the Canadian Trade Commissioner Service Web site, www.infoexport.gc.ca

- Market for Imported Food and Beverage Products in the Mexican Hotels, Restaurants and Institutions Segment — 25 pages, August 1999
- The Mexican Beer Industry — 5 pages, June 1999
- The Agricultural Biotechnology Market — Mexico — 39 pages, August 1998
- The Pet Food Market in Mexico — 22 pages, July 1998
- The Fruit Juice, Soft Drink, and Bottled Water Market in Mexico — 27 pages, May 1998
- The Beer, Spirits, and Wine Market in Mexico — 24 pages, March 1998

2. Available on the Web site of the Foreign Trade Branch of the French Department of the Economy, Finance and Industry (Direction des relations économiques extérieures du Ministère de l'économie, des finances et de l'industrie), www.dree.org/Mexique/francais/secteurs/agro/tout-agro.cfm

- Le marché des boissons alcoolisées au Mexique — Summary, 3 pages, November 2000
- Les OGM au Mexique — Summary, 4 pages, February 2000
- Les produits de la meunerie au Mexique — Summary, 3 pages, February 2000
- L'élevage porcin au Mexique — Summary, 2 pages, February 2000
- Le secteur avicole — Summary, 2 pages, December 1999
- Le secteur bovin — Summary, 2 pages, December 1999
- Le secteur céréalier au Mexique — Summary, 2 pages, December 1999
- Le secteur laitier — Summary, 3 pages, December 1999
- Le marché des préparations de fruits et légumes au Mexique — Summary, 2 pages, September 1999
- Le marché des boissons non alcoolisées au Mexique — Summary, 2 pages, July 1999
- Le marché des produits carnés au Mexique — Summary, 2 pages, July 1999
- L'industrie du sucre — Directory, 5 pages, June 1998
- Le marché des eaux purifiées et minérales — Directory, 3 pages, March 1998
- L'industrie boulangère et pâtissière — Directory, 2 pages, September 1997

3. Available on the U.S. Department of Agriculture, Foreign Agricultural Service Web site, www.fas.usda.gov, *Attaché Reports* section

- The Mexican Market for Peanuts and Peanut Products – GAIN Report MX0198, 14 pages, January 2001
- The Mexican Market for Alcoholic Beverages — GAIN Report MX0180, 30 pages, December 2000
- The Mexican Market for Apples and Pears — GAIN Report MX0183, 14 pages, December 2000
- The Mexican Market for Bakery Products — GAIN Report MX0184, 16 pages, December 2000
- The Mexican Market for Balanced Feed and Ingredients — GAIN Report MX0186, 15 pages, December 2000
- The Mexican Market for Beef and Beef Products — GAIN Report MX0187, 18 pages, December 2000
- The Mexican Market for Candies and Confections — GAIN Report MX0190, 14 pages, December 2000
- Mexico — Livestock and Products 2000 — GAIN Report MX0115, 26 pages, September 2000
- Mexico's Poultry Sector Increases Growth Expectations — GAIN Report MX0014, 22 pages, February 2000
- Mexico's Fluid Milk Production Continues to Rise, 1999 — GAIN Report MX9140, 28 pages, October 1999
- Relief for Mexico's Livestock Industry Not Forthcoming, 2000 — GAIN Report MX0013, 18 pages, February 2000
- Mexico Wine Marketing Annual 2000 — GAIN Report MX8155, 12 pages, December 2000

4. Available only upon request

Source: USDOC, International Trade Administration

- Mexico — Sauces and Preparations — International Market Insight IMI990224, 18 pages, February 1999
- Mexico — Pet Products — International Market Insight IMI990802, 2 pages, August 1999
- Mexico — Vitamins/Nutrition Supplements/Herbal Products — Tradeport, 43 pages, January 1999
- Mexico — Foods: Distilled Spirits — Tradeport, 22 pages, January 1998

Bibliography - Documents Available Electronically

State of Demand and the Import Market

- CIA World Factbook 2000, 10 pages: www.odci.gov/cia/publications/factbook/geos/mx.html

Mexican Regulations

On the site www.infoexport.gc.ca — *Market Prospect* services section (Mexico)

- Trade Liberalization Initiatives — Mexico, 8 pages, November 2000
- Exporting Agriculture and Agri-Food Products — Mexico, 81 pages, July 1998
- Documents and Regulations for Exporting — Mexico, 59 pages, March 1998
- Labelling of Prepackaged Foods and Non-Alcoholic Beverages — Mexico (NOM-051-SCFI-1994), 17 pages, January 1996
- Labelling of Products — Mexico (NOM-050-SCFI-1994), 7 pages, January 1996

On the site www.fas.usda.gov— *Attaché Reports* section

- 1999 Food and Agricultural Import Regulations and Standards (FAIRS) Report — GAIN Report MX9097, 122 pages, September 1999
- Understanding the U.S./Mexico Border Crossing — GAIN Report MX9058, 10 pages, May 1999
- Processed Food Import Documentation Requirements — GAIN Report MX9047, 7 pages, April 1999

Distribution Channel

On the site www.fas.usda.gov — *Attaché Reports* section

- Hotel, Restaurant and Institutional Food Service Sector – GAIN Report MX0189, 14 pages, January 2001
- The Mexican Market for the Retail Food Sector — GAIN Report MX0026, 10 pages, February 2000

On the site www.dree.org/Mexique/francais/secteurs/agro/tout-agro.cfm

- La restauration et l'hôtellerie au Mexique — Summary, 3 pages, October 1999
- Le tourisme au Mexique — Summary, 4 pages, September 1999
- Agro-alimentaire : la grande distribution — Directory, 4 pages, May 1998

Other Web Sites of Interest

- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI): www.inegi.gob.mx/
- NAFTA Office of Mexico in Canada: www.nafta-mexico.org/ — Contact information and links to sites of organizations of interest to businesses
- Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales A.C. (National Retailers Association of Mexico): www.antad.org.mx/
- Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana A.C.: www.anierm.org.mx/
- Controladora Comercial Mexicana: www.comerci.com.mx/
- Wal-Mart of México: www.walmartmexico.com.mx/<
- Grupo Gigante: www.gigante.com.mx/
- Organización Soriana: www.soriana.com.mx
- Carrefour: www.carrefour.com

Bibliography - Documents Available Only in Print

State of Demand and the Import Market

- *L'état du monde 2001*, 8 pages
- Euromonitor — *Consumer Latin America 1999*, 19 pages
- Economist Intelligence Unit — *Consumer Marketing in Latin America*, Chapter 8 — Consumer Market Trends: Mexico, 15 pages
- *World Trade Atlas* Statistics
- *Statistics Canada* – Canadian International Merchandise Trade

Mexican Regulations

- U.S. Department of State (1999) - *Country Commercial Guide* (chapter "Trade Regulations and Standards"), 9 pages
- D&B, *Exporters Encyclopaedia for Mexico*, 22 pages
- List of Mexican customs brokers and Canadian freight carriers having agents or offices in Mexico, 4 pages

Distribution Channels

- Canadian Consulate in Guadalajara, *Processed Food Importers in Jalisco and Neighboring States 1997*, 80 pages
- Economist Intelligence Unit — *Consumer Marketing in Latin America*, Chapter 9 — The Retail Revolution, 15 pages
- *D&B Handbook of Major Companies in the Region*, 32 pages
- Directory of companies registered with the SECOFI — Procedure to follow, 12 pages
- U.S. Department of State (1999) - *Country Commercial Guide* (chapter "Marketing U.S. Products and Services"), 24 pages

Contact an Agri-Food Trade Service representative

Publication Date: 2001-03-01

© Her Majesty the Queen in Right of Canada, 2001

Agriculture and Agri-Food Canada | Agriculture et Agroalimentaire Canada

Canada

Guide d'exportation agroalimentaire
Agriculture et Agroalimentaire Canada

Mars 2001

Mexique
(Estados Unidos Mexicanos)

Table des matières

1. La demande alimentaire et le marché d'importation

La consommation de produits alimentaires
Caractéristiques du marché d'importation
Caractéristiques socio-démographiques

2. Réglementation, douane et documentation

L'accès au marché
Les tarifs
Le passage aux douanes
Documentation
Étiquetage et emballage
Information et vérification
Aperçu de la réglementation

3. Distribuer votre produit au Mexique

Agents importateurs et distributeurs
Profils des agents importateurs et distributeurs. Comment les contacter
Fonctionnement des réseaux de distribution
Restauration

Études de marché spécifiques

Bibliographie - Documents disponibles sous le format électronique

Bibliographie - Documents disponibles sous le format papier seulement

---

Au cours des cinq dernières années, le Mexique a grandement profité de la signature de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALÉNA) et de la plus grande intégration économique qui en est résultée. De 1994 à 1999, les échanges avec le Canada et les États-Unis ont presque doublé. L'importance des exportations du Mexique par rapport au PIB, en direction du Canada et des États-Unis, est passée de 18 % avant l'ALÉNA à 30 % en 1997. Cette plus grande intégration a permis au Mexique de demeurer à l'abri des chocs financiers russe et brésilien. L'entente de libre-échange conclue avec l'Union européenne, en vigueur depuis juillet 2000, démontre la volonté de ce pays de diversifier ses échanges extérieurs.

Le Mexique s'efforce de maintenir une politique économique prudente pour éviter une crise telle que celle de 1994. Ce pays poursuit son mouvement de privatisation et de déréglementation. Quelques signes encourageants : en 1999, le Mexique a obtenu une meilleure cote de crédit de la part de Moody's et de Standard & Poors et son PIB a connu une croissance de 3,7 %. Le US Department of State considère toutefois que le système bancaire demeure une des faiblesses de l'économie mexicaine. Et malgré le rattrapage depuis la crise économique, le salaire réel demeure inférieur de 25 % à son niveau de 1994. Les inégalités de niveau de vie sont également importantes puisque les États du Sud sont restés largement à l'écart de la croissance qui a surtout profité aux États du Nord.

1 La demande alimentaire et le marché d'importation

1.1 La consommation de produits alimentaires

Les données de consommation (apparentes) per capita publiées par *Euromonitor* pour plus d'une centaine de produits montrent que les Mexicains sont parmi les moins grands consommateurs de viandes des pays d'Amérique latine, bien que la consommation soit presqu'également répartie entre le bœuf, le porc et la volaille (entre 11 et 18 kg). La consommation de ces deux dernières viandes est en croissance alors que celle du poisson est en baisse. Les Mexicains mangent peu de fromage mais sont de loin les plus grands consommateurs de céréales pour le petit déjeuner et de céréales prêtes-à-manger. La consommation de produits surgelés ou en conserves est élevée mais stable. Les produits prisés sont principalement les mets préparés, les pizzas et les légumes surgelés, ainsi que les conserves de légumes, de fèves et de pâtes.

Les préférences des consommateurs sont largement dépendantes du niveau de revenu. L'achat de produits alimentaires compte pour 29 % des dépenses de consommation totales. La diminution du pouvoir d'achat et le taux d'inflation (environ 16 % en 1998-99) freine la demande pour les biens de consommation et rend les Mexicains plus sensibles aux prix qu'avant la crise de 1994. Les entreprises doivent ajuster leur stratégie de prix à cette nouvelle réalité. Le prix du produit est devenu le premier critère d'achat, suivi de la promotion. Les manufacturiers mexicains mettent donc plus d'efforts sur le marketing au point de vente afin d'accroître la visibilité du produit en magasin. La loyauté à la marque demeure faible et dépend des catégories de produits ; la loyauté s'avère toutefois élevée pour les boissons gazeuses, le pain, la bière et les produits en conserve.

1.2 Caractéristiques du marché d'importation

Le Mexique importe surtout des produits agricoles et alimentaires peu transformés ; céréales et oléagineux (soya et maïs), viande bovine et porcine (en croissance), viande et abats de volaille (en décroissance). Les importations de lait en poudre, de fromage, d'huiles ainsi que diverses préparations alimentaires à base de viande, céréale ou autre occupent une part importante dans le secteur des produits transformés. Les États-Unis constituent leur principal fournisseur agroalimentaire. Le Mexique représente la destination de seulement 2 % des exportations agroalimentaires canadiennes (principalement colza et blé).

Les Mexicains sont très ouverts aux produits d'importation et aux marques étrangères. Le temps où ils étaient prêts à payer sensiblement plus cher pour les produits importés est toutefois révolu. Les produits fabriqués aux États-Unis demeurent en haute estime. Quant aux produits de style européen, ils ont la cote chez les personnes à haut revenu.

Pour des études de marché spécifiques à des produits, le lecteur est invité à consulter la bibliographie.

1.3 Caractéristiques socio-démographiques

Environ 75 % des 100 millions de Mexicains résident dans les régions urbaines ou dans des villes de plus de 2 500 habitants. Les principales agglomérations sont : Mexico (15 millions), Guadalajara (1,6 million), Monterrey (1 million) et Puebla (1 million).

La distribution des revenus est inégale, 20 % des salariés reçoivent 55 % des salaires versés alors que 27 % de la population vit sous le seuil de la pauvreté. Les variations géographiques sont également importantes. Le salaire moyen à Mexico était 2,3 fois supérieur à celui de l'État du Chiapas en 1998. Le PIB par habitant était de 9 047 US$ en 1999 avec un 55^{ième} rang pour l'Indice de développement humain (après l'Argentine et le Chili, mais avant le Brésil). La possession de biens durables est aussi affectée par ces différences géographiques. Mentionnons, malgré tout, que le ménage mexicain compte en moyenne 4,6 personnes, que 78 % des foyers ont un réfrigérateur, 19 % un congélateur, 89 % un téléviseur couleur et que l'on retrouve le téléphone dans 48 % des foyers.

2.0 Réglementation, douane et documentation

2.1 L'accès au marché

L'ALÉNA, qui en est maintenant à sa septième année d'existence, continue de promouvoir le commerce entre les trois pays signataires. Les droits de douanes ont été considérablement diminués et seront progressivement éliminés sur une période de 15 ans. En plus des droits de douanes, certains produits sont touchés par des contingents tarifaires, dont des produits agricoles et alimentaires.

Le Mexique fait des efforts importants pour conclure des accords de libre-échange avec d'autres pays ou groupes de pays. Les plus récents, en date de décembre 2000, sont les accords conclus avec l'Union européenne et Israël (effectifs le 1er juillet 2000). De plus, des négociations sont en cours avec les pays membres de l'Association européenne de libre-échange ainsi qu'avec de nombreux pays d'Amérique latine, dont les pays signataires du Mercosur.

2.2 Les tarifs

Pour connaître le code du système harmonisé, le tarif qui s'applique à votre produit et les produits touchés par un contingent tarifaire, vous pouvez communiquer, au Canada, avec la Direction des droits de douane et de l'accès aux marchés du Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international.

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international
Direction des droits de douane et de l'accès aux marchés
Contact : Gerald Snyder
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Téléphone : (613) 944-5070
Courriel : gerald.snyder@dfait-maeci.gc.ca

Direction des droits de douane et de l'accès aux marchés
Contact : Gerald Snyder
125, promenade Sussex
Ottawa (Ontario) K1A 0G2
Téléphone : (613) 944-5070
Courriel : gerald.snyder@dfait-maeci.gc.ca

Il est également possible d'obtenir un avis révocable de la part de la Direction générale des douanes mexicaines, de préférence par l'entremise d'un courtier en douanes. Pour présenter une demande, il est suggéré de soumettre une description du produit, un échantillon, des photos ou des dessins. Il est aussi suggéré de joindre un exemplaire de l'étiquette mexicaine, ainsi que des brochures et du matériel promotionnel prévu lors de l'exportation éventuelle.

Direction générale des douanes *(Direccion General de Aduanas)*
Contact : Administrador general: José Guzman Montalgo
Avenida Hidalgo no.77
Modulo 4, Piso 3

Col.Guerrero
Delegacion Cuauh-temoc,
06300 México, D.F. México
Téléphone : (52-5) 228-3436, 3437, 3439
Télécopieur : (52-5) 228-3353

2.3 Le passage aux douanes

Le recours à un courtier de douane n'est pas obligatoire mais fortement recommandé. Les autorités mexicaines sont très strictes en ce qui a trait à la documentation requise. Or, des erreurs peuvent conduire à l'imposition d'amendes ou même à la confiscation de la marchandise. Votre courtier demeure le mieux placé pour vous fournir l'information en vigueur sur les procédures et les frais applicables. L'ambassade et les consulats canadiens au Mexique peuvent fournir une liste d'associations de courtiers par région.

La perception des droits de douane est assurée par les bureaux de douane mexicains, comme ceux localisés à Laredo et le long de la frontière États-Unis – Mexique, dans le cas du transport terrestre et ferroviaire. Il convient de vérifier avec le courtier les points d'entrées autorisés pour les produits qu'on désire exporter. Tous les droits douaniers doivent être payés par l'importateur mexicain ou le courtier de douane au moment même où la marchandise traverse la frontière. En vertu de l'ALÉNA, toutes les taxes sont appliquées sur la valeur FOB, à l'exception de la *Impuesto al Valor Agregado* (IVA), qui s'apparente à la TPS canadienne et qui s'applique sur la valeur CIF. Le taux général de l'IVA est de 15 % mais des exceptions s'appliquent. En tant que membre de l'OMC, le Mexique détermine la valeur en douane de la marchandise selon les dispositions des règles d'évaluation en douane. L'importateur peut être tenu de fournir un dépôt en argent ou une caution en garantie advenant un différend sur l'évaluation. Il importe enfin de bien suivre les instructions de l'importateur.

Secrétariat aux finances et au crédit public *(Secretaria de Hacienda y Credito Publico)*
Secretario de Hacienda: Lcdo Francisco Hildias
Insurgentes Sur
795 Col Napoles
03810 Mexico, DF
Téléphone : (52-5) 518-5420 à 29, 518-2060, 518-2711, 518-1060
Télécopieur : (52-5) 687-4082
www.shcp.gob.mx

2.4 Documentation

Le processus de déréglementation entraîne la révision des exigences et règlements d'importation. Il est donc fortement recommandé de vérifier l'information régulièrement. L'importateur est généralement au courant des procédures qui s'appliquent à l'importation de votre produit.

La documentation requise peut varier selon le mode d'expédition, selon que l'on choisisse le bateau, le train, le camion ou la poste. Aux fins de statistiques, le Canada exige que soit rempli le formulaire « B13A – Déclaration d'exportation ». Celle-ci peut être remplie et transmise électroniquement à l'Agence des douanes et du revenu du Canada - www.ccra-adrc.gc.ca/F/pbg/cf/b13abp/LISEZ-MOI.html.

Quant aux exigences mexicaines, la documentation de base inclut la déclaration à l'importation, la facture commerciale, le connaissement (*Bill of Lading*), la liste de colisage (*Packing List*), le certificat d'origine ainsi que les certificats sanitaires ou phytosanitaires. Une facture pro forma peut être requise par l'importateur. La documentation est préparée et soumise par l'agent de douane mexicain.

- Déclaration à l'importation - *Pedimento de importación*

  Exigence de base des autorités mexicaines. Formulaire rempli par le courtier en douanes.

- Facture commerciale

  L'exportateur doit signer manuellement la facture commerciale en plusieurs exemplaires. On doit indiquer sur cette facture les adresses de l'exportateur et de l'agent importateur, une description de la marchandise (en espagnol), la valeur totale et unitaire FOB en dollars canadiens, le numéro de facture

du transporteur, ainsi que le numéro de commande du client. Tous les coûts doivent être indiqués, incluant l'assurance et le transbordement.

- Connaissement (*Bill of Lading*)

  Confirme que la marchandise a été livrée. L'exportateur doit en conserver une copie, en envoyer une à l'importateur et une au courtier en douanes.

- Liste de colisage (*Packing List*)

  La liste de colisage doit comprendre une liste exhaustive des produits dans chaque groupement, ainsi que leur nombre, poids, volume et ce, en plusieurs exemplaires.

- Certificat d'origine

  Nécessaire pour avoir accès au taux de douane préférentiel en vertu de l'ALÉNA. Formulaire et instructions disponibles sur le site Internet de l'Agence des douanes et du revenu du Canada. www.ccra-adrc.gc.ca/F/pbg/cf/b232fp/LISEZ-MOI.html

- Certificats d'inspection sanitaire ou phytosanitaire

Les secrétariats mexicains de la santé, de l'agriculture et du commerce sont impliqués, à un moment ou à un autre, dans les mesures sanitaires et phytosanitaires lorsqu'elles s'appliquent. Plusieurs produits agricoles, aliments et boissons doivent s'y conformer. C'est la responsabilité de l'exportateur de s'assurer que toutes les exigences du pays importateur soient rencontrées. L'Agence canadienne d'inspection des aliments ne fait qu'en surveiller l'application et certifie en conséquence. Un certain nombre de certificats sanitaires canadiens sont acceptés par les autorités mexicaines. Un des premiers contacts qu'un éventuel exportateur canadien devrait faire est auprès des responsables des produits d'exportation de l'ACIA. À titre d'exemple des exigences sanitaires, on peut consulter le Chapitre 11 du *Manuel des méthodes de l'hygiène des viandes* de l'ACIA qui présente les exigences pour les produits de viande. La section 11.7.3 présente les exigences spécifiques du Mexique.

Manuel des méthodes de l'hygiène des viandes de l'ACIA
(www.cfia-acia.agr.ca/francais/anima/meavia/mmopmmhv/table11f.shtml)

L'ACIA ne collige pas les exigences des autres pays concernant les produits végétaux, tant au sujet de la phytoprotection que des normes de qualité exigées. Elle délivre toutefois les permis et les certificats phytosanitaires qui lui sont demandés par les exportateurs. Il est important de vérifier les procédures à suivre pour éviter les délais.

Voici les coordonnées des trois agences mexicaines responsables de l'application de la loi.

Secrétariat de la santé, Division du contrôle sanitaire des produits et services
(*Secretaria de Salud (SS), Dir. Gral. De Calidad Sanitaria de Bienes y Servicios*)
Contact: Dr José Meljem Moctezuma
Donceles No. 39 Planta Baja
Col. Centro Del. Cuauhtemoc
06010 Mexico, D.F.
Mexique
Téléphone : (52-5) 521-3050, 521-9134
Télécopieur : (52-5) 512-9628
www.ssa.gob.mx/dirgcsbs/

Secrétariat de l'agriculture, de l'élevage, du développement rural, des pêches et de l'alimentation, Direction de la santé animale *(Secretaria de Agricultura, Ganaderia Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), Dir. Gen. De Salud Animal)*
Recreo No. 14, piso 11
Col. Actipan del Valle
03230, Mexico, D.F.
Téléphone : (52-5) 534-5111, 534-1580, 534-4966
Télécopieur : (52-5) 534-8724, 534-1461
www.sagar.gob.mx/

Secrétariat de l'agriculture, de l'élevage, du développement rural, des pêches et de l'alimentation, Direction de la réglementation et de l'inspection phytosanitaire *(Dir. General de Sanidad General - Regulacion e Inspeccion Fitosanitaria)*
Contact : Raoul Santibanez (secretario tecnico)
Guillermo Pérez Valenzuela 127
Col. Del Carmen Coyoacan
04100, Mexico, D.F.
Téléphone : (52-5) 554-8001 poste 135, 554-5147 ou 554-0341 poste 117
Télécopieur : (52-5) 658-0696
www.sagar.gob.mx/

2.5 Étiquetage et emballage

L'importateur est censé être au courant des normes qui s'appliquent à votre produit, bien qu'un grande partie de la responsabilité revient à l'exportateur, puisque les normes s'appliquent dès le passage à la frontière. L'importateur est toutefois bien placé pour vous informer des procédures en vigueur qui peuvent différer. Bien que des dispositions spéciales permettent d'exporter un produit sans étiquette, il est plus simple pour les exportateurs canadiens de présenter à la frontière des produits déjà munis d'un emballage et d'une étiquette en conformité avec la loi mexicaine.

L'étiquetage des produits au Mexique est régi par toute une série de normes officielles, *Normas Oficiales Mexicanas (NOM)*. Les produits alimentaires sont touchés principalement par les deux normes suivantes : NOM-050-SCFI-1994 (dispositions générales pour les produits de consommation) et NOM-051-SCFI-1994 (aliments préemballés et boissons non-alcoolisées). D'autres NOMs peuvent également être impliquées, telle la NOM-008-SCFI-1993 qui spécifie que la virgule doit être utilisée comme symbole décimal et non pas le point. Il est donc important de vérifier toutes les normes qui s'appliquent à votre produit.

2.5.1 Information et vérification

Une structure de vérification de produits en fonction des normes mexicaines permet d'obtenir une évaluation de la conformité des étiquettes avant leur exportation. Les *Unidades de verificación* sont des entreprises indépendantes accréditées par le *Secretaría de Economía* (SECOFI). Il est possible d'exporter un produit qui ne dispose pas d'une étiquette conforme en ayant un contrat de vérification avec une firme accréditée. La liste des firmes accréditées par norme est disponible à l'adresse suivante :

Unidades de verificación – Dirección General de Normas
www.secofi.gob.mx/normas/Aprobacion/Unidades_de_verificacion/body_unidades_de_verificacion.html

Secrétariat économique, Direction générale des normes
(Secretaría de Economía (SECOFI), Dirección General de Normas)
Contact : Licenciada Lucia Zarate
Av. Puente de Tecamachalco No. 6
Col. Lomas de Tecamachalco
53950 Naucalpan, Estado de Mexico
Mexique
Téléphone : (52-5) 729-9300/9486
Télécopieur : (52-5) 729-9484
www.secofi.gob.mx/normas/home.html

Le gouvernement mexicain a également mis en place un service téléphonique qui fournit de l'information sur l'étiquetage des produits : (52-5) 729-9300 poste 4143 ou (52-5) 729-9485.

2.5.2 Aperçu de la réglementation

Les étiquettes des produits préemballés doivent être solidement fixées pour demeurer en place jusqu'à ce que le produit soit utilisé ou consommé dans des conditions normales. Pour les produits vendus en emballage multiples, l'information obligatoire doit se retrouver sur l'emballage principal avec la mention « non étiqueté pour la vente individuelle ». Chaque unité doit toutefois porter la date d'expiration et le numéro de lot.

Langue : Rédigée en espagnol. D'autres langues peuvent également figurer sur l'étiquette, mais les renseignements donnés en espagnol doivent avoir au moins la même taille, utiliser le même caractère et être aussi visibles que ceux figurant dans d'autres langues.

Nom et adresse de l'importateur : L'information peut être ajoutée sur l'étiquette au Mexique, après le dédouanement du produit mais avant sa vente.

Nom et adresse du manufacturier : L'importateur doit fournir l'information au SECOFI mais n'apparaît pas nécessairement sur l'étiquette.

Pays d'origine : Doit indiquer clairement « *Hecho en Canada* » ou « *Producto en Canada* ».

Nom du produit et des ingrédients : Doit se conformer aux exigences légales précises en ce qui concerne les définitions de produits et l'emploi de noms génériques.

Quantité : Contenu net et poids égoutté en unités métriques. La NOM-030-SCFI donne des spécifications concernant la déclaration des quantités sur les étiquettes.

Date de péremption ou « meilleur avant » : Les normes mexicaines font une distinction entre les deux termes. La date de péremption est obligatoire alors que la mention «meilleur avant » ou « à consommer de préférence avant » est facultative. Dans les deux cas, des exigences spécifiques s'appliquent. L'étiquette doit préciser les conditions spéciales de conservation de l'aliment ou de la boisson non-alcoolisée, si la validité de la date de péremption en dépend. Si nécessaire, l'étiquette doit fournir des instructions pour la préparation du produit et son utilisation.

Information nutritionnelle : Facultative. Obligatoire si le fabricant fait une allégation quantitative ou qualitative au sujet d'une propriété nutritionnelle. La NOM-051-SCFI donne les spécifications.

3.0 Distribuer votre produit au Mexique

3.1 Agents importateurs et distributeurs

Il peut s'avérer très difficile et même dispendieux de distribuer ses produits sur les différents marchés mexicains. Il est d'ailleurs recommandé de s'adjoindre les services d'un agent importateur. Cet agent devra être inscrit au registre national des importateurs et exportateurs du SECOFI, ce qui implique d'être citoyen mexicain ou de représenter une société constituée localement.

L'agent demeurera régulièrement en contact avec les autorités gouvernementales (douanes, certificats requis) et les acheteurs, afin de sécuriser l'importation et assurer le maintien d'un service après-vente de qualité. Pour le Mexique, une attention particulière doit être accordée lors de la sélection de l'agent. Il est suggéré d'avoir des exigences élevées, de rencontrer sur place les candidats potentiels et de fournir de la formation, tout en entretenant d'excellentes relations. Considérant les difficultés de déplacement sur le territoire, il est permis d'avoir un agent qui représente le produit au niveau national mais l'on recommande fortement de ne pas lui en donner l'exclusivité et de prévoir des distributeurs régionaux. Finalement, il s'avère très important de spécifier clairement les clauses d'annulation de contrats.

3.2 Profils des agents importateurs et distributeurs. Comment les contacter

Les profils ainsi que les réponses données aux entrevues qui ont été menées en 1996 auprès d'une trentaine d'agents importateurs qualifiés de la région de Jalisco et des états avoisinants est disponible. Voici quelques exemples de questions ouvertes qui ont été posées aux agents dans le cadre de cette étude :

- quels produits à l'importation recherchez-vous ?
- quels sont vos prévisions pour les aliments importés pour les deux à trois prochaines années ?
- quels produits alimentaires ont le plus de chances de percer au Mexique ?

Le répertoire des plus grandes entreprises en Amérique latine de *Dun & Bradstreet* est classé par pays et par codes

d'industrie (classification SITC). Lorsque l'entreprise est également active à l'importation, une mention spéciale est apposée. Ce répertoire s'avère intéressant pour l'entreprise à la recherche d'un fabricant/importateur ou à l'affût d'une alliance stratégique.

La SECOFI (plus précisément la section *SIEM - Sistema de Información Empresarial Mexicano*) met à la disposition des internautes un répertoire de plus de 600 000 entreprises industrielles, commerciales ou de services. La recherche s'effectue par nom ou par code industriel du Mexique (*Clasificación Mexicana de Actividades y Productos*). La marche à suivre est disponible sur demande ou voir le site : www.siem.gob.mx

De l'information complémentaire sur les agents mexicains peut être obtenue auprès de l'Ambassade du Canada à Mexico et de la Chambre de Commerce à Mexico (on peut par exemple obtenir un répertoire de 950 importateurs classés par produits) et l'Association des importateurs et des exportateurs de la République du Mexique. Une liste des courtiers en douanes mexicains et compagnies de fret canadiennes ayant des agents ou des bureaux au Mexique est également disponible sur demande.

Chambre de Commerce à Mexico *(Camara Nacional de Comercio)*
Contact : M. Roman Vidal, Directeur de la section commerciale
Paseo de la Reforma No. 42
Col. Centro
06048 Mexico, D.F. Mexique
Téléphone : (52-5) 592-0371
Télécopieur : (52-5) 703-2958

Association des importateurs et des exportateurs de la République du Mexique *(Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la Republica Mexicana (ANIERM)*
Av. Monterrey No. 130
Col. Roma
06700 Mexico, D.F. Mexico
Téléphone : (52-5) 584-9522
Télécopieur : (52-5) 584-5317
www.anierm.org.mx

3.3 Fonctionnement des réseaux de distribution

Le commerce au noir demeure encore très présent au Mexique et prend même de l'ampleur selon le Département de commerce américain. Dans l'alimentaire, les petits marchés d'alimentation, marchés publics ou kiosques de rues sont toujours nombreux et demeurent une source significative pour l'achat des fruits et légumes frais et des viandes. Mais les plus importantes opportunités de marché sont sans contredit les entreprises exploitant des grandes surfaces.

Les magasins à grandes surfaces (hypermarchés, supermarchés et clubs-entrepôts) occupent une part de marché de plus en plus grande (59 % des ventes en alimentation, en 1997). Les trois grands groupes sont impliqués dans plusieurs types de magasins afin de rejoindre toutes les catégories de consommateurs. À l'image de Wal-Mart et des grands distributeurs français, les produits offerts par ces magasins couvrent une gamme étendue de produits (aliments, hygiène, vêtements, etc.). En 1999, pour *Controladora Comercial Mexicana (CCM)*, les produits périssables et d'épicerie comptaient pour 64 % des ventes, tandis qu'ils représentaient entre 45 et 55 % des ventes des bannières appartenant au groupe *Wal-Mart Mexico/Cifra* (*Sam's Club*, *Bodega Aurrera*, *Wal-Mart Supercenter* et *Aurrera*). La bannière *Superama* est au-dessus de la moyenne avec 75 % des ventes en alimentation.

L'approvisionnement des grandes surfaces s'effectue de plus en plus via des centrales d'achats, avec des entrepôts qui organisent la logistique de distribution aux détaillants. Il est à prévoir que les relations avec les importateurs se dirigeront vraisemblablement vers une plus grande centralisation, à l'image de Wal-Mart qui a sa propre filiale import-export pour les produits les plus en demande. La concurrence aux marques offertes par les importateurs proviendra certainement de la volonté de plus en plus grande de développer le créneau des marques privées qui pourrait représenter 10 à 15 % des ventes à moyen terme. Le recours aux produits d'importation pour cette catégorie de produits s'explique par le manque de fournisseurs locaux et de l'image de plus grande qualité attribuée aux importations.

Voici un aperçu de la distribution mexicaine tel que proposé par le Département américain de l'agriculture (USDA) :

Nom de l'entreprise	Propriété	Types de magasin	Nb. de magasins	Localisation	Ventes (US$ 1998)	Politique d'achat
Wal-Mart Mexico / Cifra	Wal-Mart : 51 % Local : 49 %	• Supercentres • Hypermarchés • Supermarchés • Club-entrepôts, • Entrepôts de bas prix « Bodega »	206	Toutes les grandes villes	5,6 milliards US$	Achats directs
Grupo Gigante	Local	• Hypermarchés • Supermarchés • Entrepôts de bas prix « Bodega »	188	Toutes les grandes villes	2,1 Milliards US$	Achats directs et distributeurs locaux
Comercial Mexicana	Local	• Hypermarchés • Club-entrepôts • Entrepôts de bas prix « Bodega »	165	Toutes les grandes villes	2,6 Milliards US$	Importateurs, grossistes et achats directs
Soriana	Local	• Supermarchés	87	Grandes villes du Nord et région de Mexico	1,8 Milliard US$	Achats directs
Carrefour	Français	• Supercentres	17	Toutes les grandes villes	n/a	Importateurs, grossistes et achats directs

Source : USDA - Foreign Agricultural Services (2000). *The Mexican Market for the Retail Food Sector* - Gain Report MX0026.

Pour de l'information complémentaire, contacter l'association suivante :

Association nationale des supermarchés et des magasins à rayons (Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales)
Horacio 1855 piso 6
Col. Chapultepec Morales
C.P. 11570 México, D.F.
Téléphone : (52-5) 580-1772
Télécopieur : (52-5) 395-2610
www.antad.org.mx

Horacio 1855 piso 6
Col. Chapultepec Morales
C.P. 11570 México, D.F.
Téléphone : (52-5) 580-1772
Télécopieur : (52-5) 395-2610
www.antad.org.mx

3.4 Restauration

Ces grands de la distribution sont également impliqués dans la restauration. Dans le cas connu de *CCM*, la centrale d'achat des restaurants est distincte de celle des marchés d'alimentation.

Le secteur du franchisage représenterait environ 6 % de l'activité totale du commerce de détail, de l'hôtellerie et de la restauration. Il y a environ 450 franchiseurs au Mexique (tous secteurs d'activités) et 58 % de ceux-ci sont

Mexicains. Les franchises de restauration américaines sont fortement présentes dans presque toutes les grandes villes du Mexique (*McDonald's, Burger King, Kentucky Fried Chicken, Dominos Pizza, Pizza Hut,* etc.).

Pour plus d'informations sur le secteur des hôtels, restaurants et institutions (HRI), voir USDA GAIN Report MX0189.

Études de marché spécifiques

1 Disponibles sur le site du Service des délégués commerciaux du Canada : www.infoexport.gc.ca

- Débouchés offerts par le secteur de la restauration collective aux exportateurs de produits alimentaires et de boissons – 25 pages, août 1999
- L'industrie de la bière au Mexique – 5 pages, juin 1999
- Le marché de la biotechnologie agricole – Mexique – 39 pages, août 1998
- Le marché des aliments pour animaux de compagnie au Mexique – 22 pages, juillet 1998
- Le Marché des jus de fruits, des boissons gazeuses et de l'eau en bouteille au Mexique – 27 pages, mai 1998
- Le marché de la bière, des spiritueux et du vin au Mexique – 24 pages, mars 1998

2. Disponibles sur le site de la Direction des relations économiques extérieures du Ministère de l'économie, des finances et de l'industrie : www.dree.org/Mexique/francais/secteurs/agro/tout-agro.cfm

- Le marché des boissons alcoolisées au Mexique – Synthèse de 3 pages, novembre 2000
- Les OGM au Mexique – Synthèse de 4 pages, février 2000
- Les produits de la meunerie au Mexique – Synthèse de 3 pages, février 2000
- L'élevage porcin au Mexique – Synthèse de 2 pages, février 2000
- Le secteur avicole – Synthèse de 2 pages, décembre 1999
- Le secteur bovin – Synthèse de 2 pages, décembre 1999
- Le secteur céréalier au Mexique – Synthèse de 2 pages, décembre 1999
- Le secteur laitier – Synthèse de 3 pages, décembre 1999
- Le marché des préparations de fruits et légumes au Mexique – Synthèse de 2 pages, septembre 1999
- Le marché des boissons non alcoolisées au Mexique – Synthèse de 2 pages, juillet 1999
- Le marché des produits carnés au Mexique – Synthèse de 2 pages, juillet 1999
- L'industrie du sucre – Répertoire de 5 pages, juin 1998
- Le marché des eaux purifiées et minérales – Répertoire de 3 pages, mars 1998
- L'industrie boulangère et pâtissière – Répertoire de 2 pages, septembre 1997

3 Disponibles sur le site : www.fas.usda.gov – Section *Attaché Reports*

- The Mexican Market for Peanuts and Peanut Products – GAIN Report MX0198, 14 pages, janvier 2001
- The Mexican Market for Alcoholic Beverages - GAIN report MX0180, 30 pages, décembre 2000
- The Mexican Market for Apples and Pears - GAIN report MX0183, 14 pages, décembre 2000
- The Mexican Market for Bakery Products - GAIN report MX0184, 16 pages, décembre 2000
- The Mexican Market for Balanced Feed and Ingredients - GAIN report MX0186, 15 pages, décembre 2000
- The Mexican Market for Beef and Beef Products - GAIN report MX0187, 18 pages, décembre 2000
- The Mexican Market for Candies and Confections - GAIN report MX0190, 14 pages, décembre 2000
- Mexico – Livestock and Products 2000 – GAIN report MX0115, 26 pages, septembre 2000
- Mexico's Poultry Sector Increases Growth Expectations – GAIN Report MX0014, 22 pages, février 2000
- Mexico's Fluid Milk production Continues to Rise 1999 - GAIN Report MX9140, 28 pages, octobre 1999
- Relief for Mexico's Livestock Industry not Forthcoming 2000 - GAIN Report MX0013, 18 pages, février 2000
- Mexico; Wine Marketing Report - 2000 - GAIN Report MX8155, 12 pages, décembre 1998

4 Disponibles sur demande seulement

Source : USDOC, International Trade Administration

- Mexico – Sauces and Preparations - International Market Insight IMI990224, 18 pages, février 1999
- Mexico – Pet Products - International Market Insight IMI990802, 2 pages, août 1999
- Mexico – Vitamins/Nutrition Suplements/Herbal Products – Tradeport, 43 pages, janvier 1999
- Mexico – Foods-Distilled Spirits – Tradeport, 22 pages, janvier 1998

Bibliographie - Documents disponibles sous le format électronique

État de la demande et du marché d'importation

- CIA World Factbook 2000, 10 pages : www.odci.gov/cia/publications/factbook/geos/mx.html

La réglementation mexicaine

Sur le site : www.infoexport.gc.ca – Section *Aperçu du potentiel du marché* (Mexique)

- Les initiatives de libéralisation du commerce – Mexique, 8 pages, novembre 2000
- Exporter ses produits agricoles et agroalimentaires – Mexique, 81 pages, juillet 1998
- Documents et règlements pour exporter – Mexique, 59 pages, mars 1998
- Étiquetage des aliments et des boissons non alcoolisées préemballées – Mexique (NOM-051-SCFI-1994), 17 pages, janvier 1996
- Étiquetage des produits – Mexique (NOM-050-SCFI-1994), 7 pages, janvier 1996

Sur le site : www.fas.usda.gov – Section *Attaché Reports*

- 1999 Food and Agricultural Import Regulations and Standards (FAIRS) Report - Gain Report MX9097, 122 pages, septembre 1999
- Understanding the U.S./Mexico Border Crossing – Gain Report MX9058, 10 pages, mai 1999
- Processed Food Import Documentation Requirements - Gain Report MX9047, 7 pages, avril 1999

Le réseau de distribution

Sur le site : www.fas.usda.gov– Section *Attaché Reports*

- Hotel, Restaurant and Institutional Food Service Sector – GAIN Report MX0189, 14 pages, janvier 2001
- The Mexican Market for the Retail Food Sector - Gain Report MX0026, 10 pages, février 2000

Sur le site : www.dree.org/Mexique/francais/secteurs/agro/tout-agro.cfm

- La restauration et l´hôtellerie au Mexique – Synthèse de 3 pages, octobre 1999
- Le tourisme au Mexique – Synthèse de 4 pages, septembre 1999
- Agro-alimentaire : la grande distribution – Répertoire de 4 pages, mai 1998

Autres sites Internet pertinents

- Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) : www.inegi.gob.mx/
- NAFTA Office of Mexico in Canada : www.nafta-mexico.org/ - Coordonnées et liens vers de nombreux sites d'organisations utiles aux entreprises.
- Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales A.C. www.antad.org.mx/
- Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana A.C. www.anierm.org.mx/
- Controladora Comercial Mexicana : www.comerci.com.mx/
- Wal-Mart de Mexico : www.walmartmexico.com.mx/
- Grupo Gigante : www.gigante.com.mx/

- Organización Soriana : www.soriana.com.mx
- Carrefour : www.carrefour.com

Bibliographie - Documents disponibles sous le format papier seulement

État de la demande et du marché d'importation

- *L'état du monde 2001*, 8 pages
- Euromonitor – *Consumer Latin America 1999*, 19 pages
- Economist Intelligence Unit - *Consumer Marketing in Latin America*, Chapitre 8 – Consumer market trends : Mexico, 15 pages
- Statistiques provenant de *World Trade Atlas*
- *Statistique Canada* - Le commerce international canadien de marchandises

La réglementation mexicaine

- U.S. Department of State (1999) - *Country Commercial Guide* (chapitre « Trade regulations and Standards »), 9 pages
- D&B, *Exporters Encyclopaedia for Mexico*, 22 pages
- Liste des courtiers en douanes mexicains et compagnies de fret canadiennes ayant des agents ou des bureaux au Mexique, 4 pages

Le réseau de distribution

- Consulat canadien à Guadalajara, *Processed Food Importers in Jalisco and Neighboring States 1997*, 80 pages
- Economist Intelligence Unit - *Consumer Marketing in Latin America*, Chapitre 9 – The retail revolution, 15 pages
- *D&B Handbook of Major Companies in the Region*, 32 pages
- Répertoire des entreprises inscrites à la SECOFI – Marche à suivre, 12 pages
- U.S. Department of State (1999) - *Country Commercial Guide* (chapitre « Marketing U.S. Products and Services »), 24 pages

Contactez un représentant du Service d'exportation agroalimentaire.

Date de publication: 2001-03-01

© Sa Majesté la Reine du Chef du Canada, 2001